

# INFORMATIVA E CONSENSO

## BIGLIETTI ON LINE E MARKETING: INDICAZIONI DEL GARANTE

Prescrizioni del Garante [art. 154, 1 c) del Codice] - 12 ottobre 2005

### IL GARANTE PER LA PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

NELLA riunione odierna, in presenza del prof. Francesco Pizzetti, presidente, del dott. Giuseppe Chiaravalloti, vice presidente, del dott. Mauro Paissan e del dott. Giuseppe Fortunato, componenti, e del dott. Giovanni Buttarelli, segretario generale;

ESAMINATA la segnalazione presentata da Enrico Aliberti nei confronti di "*Torino Organising Committee XX Olympic Winter Games*" (Toroc);

ESAMINATE le deduzioni svolte da Toroc nelle comunicazioni del 12 maggio 2005 e 22 settembre 2005;

VISTA la documentazione in atti;

VISTO l'art. 154, comma 1, lett. b) e c), del Codice in materia di protezione dei dati personali (d.lg. 30 giugno 2003, n. 196);

VISTE le osservazioni dell'Ufficio formulate dal segretario generale ai sensi dell'art. 15 del regolamento del Garante n. 1/2000;

RELATORE il prof. Francesco Pizzetti;

### PREMESSO

1. Dopo aver prenotato l'acquisto di biglietti per assistere agli eventi "*Giochi Torino 2006*", il sig. Enrico Aliberti ha sottoposto all'attenzione del Garante la circostanza di aver dovuto prestare il proprio consenso al trattamento dei dati personali a sé riferiti, con un'unica dichiarazione atta non solo a renderne possibile l'utilizzazione ai fini dell'esecuzione del contratto (in particolare, l'acquisto e il recapito dei biglietti), ma altresì idonea ad autorizzare il perseguimento della diversa finalità di *marketing*.

A seguito di tale segnalazione questa Autorità ha svolto autonomi accertamenti ed ha richiesto ulteriori informazioni a "*Torino Organising Committee XX Olympic Winter Games*" (Toroc) –operando detto soggetto in qualità di titolare del trattamento (sia con riguardo alla vendita operata grazie alla società Ticketone, sia rispetto a quella realizzata tramite il sito *web* all'indirizzo <http://www.torino2006.org>)– in relazione alle operazioni di trattamento svolte nell'ambito del servizio di biglietteria per la partecipazione agli eventi "*Giochi Torino 2006*", con particolare riferimento ai profili relativi all'acquisizione del consenso e all'informativa resa agli interessati.

2. Le risultanze istruttorie hanno confermato la qualità di titolare del trattamento in capo a Toroc per quanto attiene allo svolgimento dei servizi di biglietteria: ciò si evince dai modelli nei quali era resa l'informativa unitamente alla raccolta del consenso e non è contestato nelle comunicazioni del Toroc.

È altresì emerso che sia nei modelli utilizzati dalla società *Ticketone*, sia in quelli resi disponibili nel sito *web* sopra richiamato, viene richiesto il consenso dell'interessato per "*l'adempimento della Sua richiesta scritta di prenotazione/acquisto dei biglietti relativi agli eventi previsti nell'ambito dei Giochi Torino 2006*".

Inoltre, nel modello di raccolta del consenso utilizzato da *Ticketone*, alla formula appena indicata viene associata, sottoponendola ad un'unica accettazione da parte dell'interessato, anche l'autorizzazione al compimento di attività pubblicitarie o comunque promozionali da parte del Toroc. La relativa informativa, resa succintamente, può essere visionata nella sua versione integrale solo accedendo ad un testo disponibile on-line all'indirizzo *web* [www.torino2006.org](http://www.torino2006.org), al quale è fatto espressamente rinvio nel modello utilizzato dal rivenditore (che peraltro "*viene trattenuto presso il punto vendita*").

In relazione, invece, al modello di raccolta dei dati presente nel sito *web* da compilarsi in occasione della prenotazione/acquisto del biglietto, gli accertamenti effettuati evidenziano la "preselezione" (che appare automaticamente in occasione della compilazione del *form*) delle caselle nelle quali viene reso il consenso non solo per l'esecuzione degli obblighi contrattuali, ma anche per finalità ulteriori e distinte rispetto a questa, ed in particolare per le finalità pubblicitarie o comunque promozionali.

In entrambi i modelli sopra richiamati è altresì prevista la possibilità di fare uso di particolari tecniche di comunicazione, quali la posta elettronica o l'utenza di telefonia mobile, ai fini di invio di materiale pubblicitario o promozionale da parte del Toroc (o di terzi).

3. Alla luce della documentazione acquisita e tenuto conto delle osservazioni formulate dal Toroc (nelle comunicazioni del 12 maggio 2005 e 22 settembre 2005), questa Autorità ravvisa taluni profili di violazione della disciplina vigente in relazione al trattamento dei dati personali effettuato nell'ambito del servizio di biglietteria e pertanto, ai sensi dell'art. 154, comma 1, lett. c), del Codice intende prescrivere con il presente provvedimento le misure necessarie al fine di rendere i trattamenti di seguito indicati conformi alle disposizioni contenute nel Codice.

In particolare, al di là della possibilità di prescindere dalla richiesta del consenso nella modellistica della quale Toroc si avvale per la "*prenotazione/acquisto dei biglietti relativi agli eventi previsti nell'ambito dei Giochi Torino 2006*" –atteso il contenuto dell'art. 24, comma 1, lett. b) del Codice–, profili di illiceità emergono, per ragioni diverse, rispetto alla formulazione del consenso e della connessa informativa (aspetti non di rado strettamente collegati, come pure si è evidenziato nel [provvedimento a carattere generale del 13 gennaio 2000](#), in [Boll. n. 11-12/2000](#), p. 39, 43, con riferimento all'effetto di un'informativa incompleta sul consenso).

3.1. Con specifico riguardo al modello di raccolta del consenso utilizzato da *Ticketone*, diversamente da quanto sostenuto dal Toroc –secondo cui "*solo previa espressione di uno specifico consenso da parte [dell'utente] i dati potranno essere utilizzati per finalità di comunicazioni commerciali [...]*" (comunicazione del 12.5.05, p. 4; analogamente nella comunicazione del 22.9.05, p. 5, punto c)–, il consenso per il perseguimento di finalità

di marketing non è distinto (come si è fatto rilevare sopra al punto 2) da quello (pur non necessario, come si è appena precisato) prestato per il conferimento dei dati necessari a dare esecuzione al rapporto contrattuale.

Ne deriva che l'autorizzazione al trattamento dei dati per finalità di marketing non soddisfa i requisiti posti dal legislatore, secondo il quale il "consenso è validamente prestato solo se è espresso liberamente e specificamente in riferimento ad un trattamento chiaramente individuato" (art. 23, comma 3, del Codice): nel caso di specie, infatti, non può definirsi "libero", ma necessitato, il consenso al trattamento dei dati personali che l'interessato "deve" prestare (aderendo a un testo predisposto unilateralmente dalla controparte contrattuale) quale condizione per il conseguimento della prestazione richiesta. In tal modo, infatti, i dati personali, lecitamente raccolti dal titolare (e conferiti dall'interessato) per il perseguimento di una determinata finalità (l'esecuzione del rapporto contrattuale), vengono di fatto piegati ad un utilizzo diverso dallo scopo originario che ne aveva giustificato la raccolta, in violazione del principio di finalità (art. 11, comma 1, lett. b), del Codice).

A questo proposito merita rilevare in via incidentale che, nel corso del procedimento, Toroc ha rappresentato l'intenzione (chiaramente desumibile dall'affermazione riportata in calce all'allegato II, comunicazione Toroc del 12 maggio 2005) di apportare alcune modifiche al testo dell'informativa attualmente resa alla clientela, con l'inserimento della seguente frase: *"Il mancato consenso al trattamento dei dati per fini commerciali o un rifiuto di rispondere non avrà alcuna conseguenza sul suo acquisto"*.

Con riguardo, poi, all'informativa resa, è altresì preferibile (come già sostenuto nel [Prov. 13 gennaio 2000](#), in [Boll. n. 11-12/2000](#), p. 42) che gli elementi della stessa compaiano in un unico contesto –salvo che, anche ai sensi e per gli effetti della disposizione contenuta nell'art. 13, comma 3 del Codice, esigenze di spazio consiglino o impongano di ricorrere a soluzioni alternative (quale, ad esempio, quella prefigurata dal Toroc di affiggerne il testo presso il punto vendita: cfr. allegato II, comunicazione 12 maggio 2005)– evitando, in armonia con il principio di correttezza (art. 11, comma 1, lett. a) del Codice), un'eccessiva frammentazione dei vari elementi della medesima, come attualmente risultanti dal descritto rinvio ad un testo presente all'indirizzo web [www.torino2006.org/...](http://www.torino2006.org/...)

Ulteriori profili di difformità rispetto alla disciplina di protezione dei dati personali emergono, poi, in relazione alla mancata informativa resa alla clientela circa la "natura obbligatoria o facoltativa del conferimento dei dati" (dovuta ai sensi dell'art. 13, comma 1, lett. b) del Codice), in grado di inficiare anche da questo punto di vista il consenso dell'interessato (per analogo rilievo v. già [Prov. 28 maggio 1997](#), in [Boll. 1/1997](#), p. 11, 12).

Affinché il trattamento di dati personali sia legittimo è quindi necessario –salvo che ricorrano le circostanze previste dall'art. 24 del Codice– che il consenso dell'interessato possa essere autonomamente prestato per ciascuna distinta finalità perseguita dal titolare del trattamento (come peraltro già affermato, con riguardo ai trattamenti di dati personali effettuati nell'ambito dei programmi di fidelizzazione, nel [Prov. del 24 febbraio 2005](#), consultabile in <http://www.garanteprivacy.it>) e che l'informativa, resa in un unico contesto, contenga tutte le informazioni previste dall'art. 13 del Codice.

3.2. Con specifico riguardo al modello di raccolta del consenso reso disponibile sul sito *web*, per quanto (diversamente dal caso appena esaminato) siano chiaramente distinte le finalità per le quali il trattamento dei dati personali viene effettuato (segnatamente, quelle relative all'esecuzione del contratto e quelle relative alla finalità di *marketing*), il consenso dell'interessato non è prestato "liberamente", atteso che (come descritto sopra e confermato nel testo inviato dal Toroc nell'allegato 2, comunicazione del 22 settembre 2005) sono "preselezionate", anziché lasciate alla libera scelta dell'utente, le distinte opzioni relative al trattamento di dati personali connesse all'esecuzione del rapporto contrattuale e allo svolgimento di attività di comunicazione commerciale.

È dunque necessario che i sistemi informativi del sito *web* vengano configurati in modo da consentire all'interessato di esplicitare pienamente il proprio diritto all'autodeterminazione informativa, prevedendo opzioni di tipo "positivo" (mediante l'inserimento di caselle da selezionare e non preselezionate su una delle possibili scelte), sì da consentire all'utente di esprimere liberamente la propria scelta in ordine alle finalità legittimamente perseguibili da parte del titolare del trattamento (cfr. pure [Prov. 13 gennaio 2000](#), in [Boll. n. 11-12/2000](#), p. 43).

3.3. Entrambi i modelli prevedono altresì, a vantaggio del Toroc, la possibilità di fare uso anche di particolari canali per veicolare le comunicazioni commerciali, quali la posta elettronica o l'utenza del telefono cellulare. Preciso che, qualora si intenda fare uso di tali forme di comunicazione – salvo quanto previsto all'art. 130, comma 4 del Codice, che contiene regole particolari per l'offerta di taluni servizi tramite posta elettronica– è posto in capo al titolare del trattamento l'obbligo di acquisire il preventivo consenso dell'interessato (art. 130 del Codice e 10 d.lg. 22 maggio 1999, n. 185), il medesimo art. 130, comma 4, richiede che questi, al momento della raccolta dei dati (e in occasione dell'invio di ogni comunicazione effettuata per le menzionate finalità), sia "informato della possibilità di opporsi in ogni momento al trattamento, in maniera agevole e gratuitamente". Tale avviso non ricorre nei modelli utilizzati dal Toroc: è dunque necessario che questi ultimi vengano integrati con tale avvertenza.

4. Anche con riguardo ai dati personali raccolti nel sito web <http://www.torino2006.org>, per una diversa finalità, vale a dire l'invio di una o più newsletter, l'informativa resa (*"I dati saranno trattati secondo quanto previsto dalla legge 675/96 a tutela della riservatezza dei dati personali"*) evidenzia, sotto diversi aspetti, profonde carenze: al di là dell'erroneo riferimento alla disciplina di protezione dei dati personali ormai abrogata, la formulazione utilizzata si atteggia a mera clausola di stile nella quale larga parte delle informazioni richieste dall'art. 13 del Codice risultano mancanti (eccettuata la finalità del trattamento, consistente nell'invio della *newsletter*, che si evince indirettamente dal contesto nel quale i dati vengono raccolti).

Anche a questo proposito è infine necessario che l'informativa (e la relativa manifestazione di consenso dell'interessato) vengano integrate in conformità alla previsione contenuta nell'art. 13 del Codice.

#### PER QUESTI MOTIVI IL GARANTE:

- prescrive al Toroc, ai sensi dell'art. 154, comma 1, lett. c), del Codice, di adottare le misure necessarie ed opportune indicate nel presente provvedimento al fine di rendere i trattamenti di dati personali conformi alle disposizioni vigenti, apportando le necessarie modifiche alla documentazione descritta e tenendo conto del fatto che, limitatamente al perseguimento delle finalità di comunicazione pubblicitaria o

promozionale, non potranno essere utilizzate, ai sensi dell'art. 11, comma 2 del Codice, le dichiarazioni di consenso al trattamento dei dati già formulate dagli interessati, ferma restando, quindi, l'utilizzabilità dei dati per la finalità di acquisto e recapito dei biglietti;

- prescrive, altresì, ai sensi degli artt. 154, comma 1, lett. c), e 157 del Codice di trasmettere al Garante un esemplare dei modelli riformulati in conformità delle predette prescrizioni entro il 30 novembre 2005.

*Roma, 12 ottobre 2005*

IL PRESIDENTE  
Pizzetti

IL RELATORE  
Pizzetti

IL SEGRETARIO GENERALE  
Buttarelli

stampa  
chiudi